



T R E N D
M E D I A
R E P O R T

DEC
2 0 2 4

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 비만치료제, 의료계 혁신인가 사회적 갈등의 심화제인가
- 특정 소비자의 마음을 훔치는 '핀스킨 마케팅'
- 유통업계 가격 경쟁의 핵심 전략 '다이내믹 프라이싱'

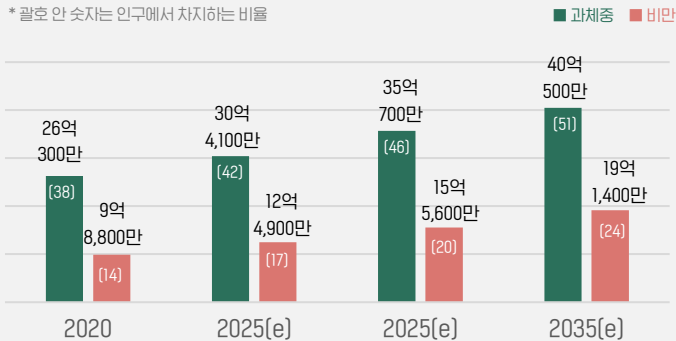
비만은 질병, 치료를 위한 제약사 간 팽팽한 경쟁 대두

- 약 30년 전부터 비만은 미용·성형 목적과 별개로 '질병'으로 분류
- 과거부터 현재까지 허가 및 퇴출이 수없이 반복되는 비만치료제의 역사

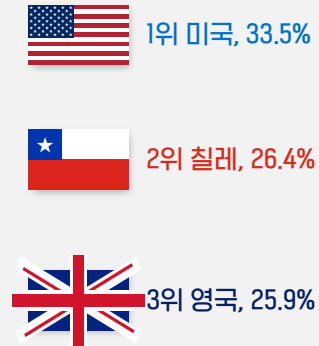
| 심각해지는 글로벌 비만 팬데믹 |

전 세계 과체중 및 비만 인구 추이

단위: 명
* 괄호 안 숫자는 인구에서 차지하는 비율



세계 비만을 현황



질병으로서의 비만



1996년 세계보건기구(who)는 비만이 다양하고도 치명적인 질환을 일으키며, 사망률을 증가시키는 치료가 필요한 '질병'으로 공인

| 비만과의 전쟁은 과거부터 현재 진행 중 |

치열한 비만치료제 역사

일시	상세
1940년대	<ul style="list-style-type: none"> 1947년, 암페타민 FDA 첫 승인 ▶ 1979년, 신경계 부작용으로 퇴출
1950년대	<ul style="list-style-type: none"> 1959년, 펜터민 / 디에틸프로피온 허가
1970년대	<ul style="list-style-type: none"> 1973년, 텍스펜플루라민 허가 ▶ 1997년, 심장 초음파 이상으로 퇴출 1975년, 펜플루라민 허가 ▶ 1997년, 심장병 위험으로 퇴출
1990년대	<ul style="list-style-type: none"> 1997년, 시부트라민 허가 ▶ 2010년, 심장 이상 및 뇌졸중 유발로 퇴출 1999년, 올리스탯(제니칼 등) 허가
2010년대	<ul style="list-style-type: none"> 2012년, 펜터민 / 토피라메이트(큐시미아) 장기 사용 허가 2012년, 로카세린(벨빅) 단기 사용 허가 ▶ 2020년 발암 위험으로 퇴출 2014년, 리라글루타이드(삭센다) / 날트렉손 / 부프로피온(콘트라브) 장기 사용 허가

인체에 유해한 성분이 시장에서 퇴출됨에 따라 해당 약물로 만든 제품이 줄어든다. 강제 판매 중단되면서 안전성을 갖춘 약 개발에 대한 요구 급증 및 개발 경쟁 가속

비만치료제가 가져올 미래의 글로벌 사회의 변화는?

- 국내에서 사용 가능한 다양한 비만치료제와 신약 '위고비'의 화려한 데뷔
- 계속되는 전 세계적 위고비 신드롬과 그 사이에서 피어나는 각종 논란 및 사회 변화

| 최적의 비만치료제를 찾아서 |

국내 시판 중인 비만치료제

BMI가 30kg/m² 이상인 비만 환자 또는 위험 질병이 있는 BMI 27kg/m² 이상의 비만 환자의 치료에 사용

투여 기간	구분	약물	제품 예	항정신성의약품
단기간	식욕억제제	펜터민	디에타민	O
		펜디메트라진	푸링	
		디에틸프로피온	디피온	
		마진들	마자늘	
장기간	지방흡수 억제제	부프로피온+날트렉손	콘트라브	X
		오르리스타트	제니칼	
		GLP-1 유사체	삭센다	

| 논란 속에서도 성장 중인 비만치료제 |

위고비의 사회적·의료적 논란

사회·경제적 불평등

저소득 계층일수록 치료가 필요하지만, 비싼 약값 부담이 어려워 처방 불가

부작용

우울증, 자살 충동 등 정신 건강 타격 및 장기 손상 등과 같은 신체 건강 부작용 존재

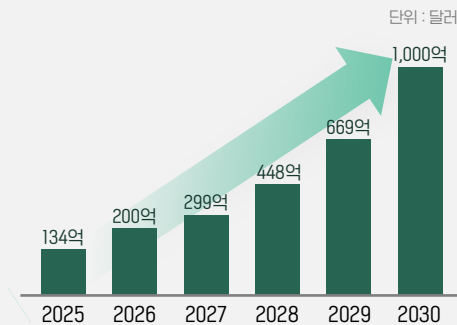
불법 판매

쉽게 구할 수 있다는 점을 악용해 온라인 불법 판매 증가

처방

치료 목적 또는 처방 기준이 모호해 미용·성형용으로 처방받는 사람 급증

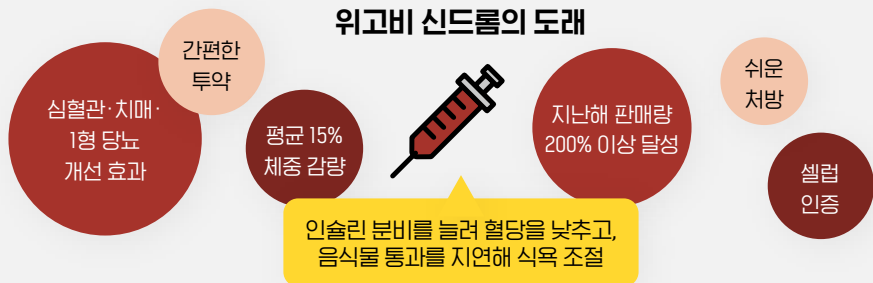
비만치료제 시장 전망치



앞으로의 전망

- **비만기본법 제정**
각국에서는 예방 관리 및 전문인력양성을 위해 법 제정을 추진할 계획
- **다양한 산업군에 영향**
정크 푸드 등과 같은 식품 기업의 수요는 줄고 웰니스 시장(다이어트·헬스)의 수요는 늘 것으로 예상
- **안전한 비만치료제 개발 촉구**
다양한 국내 제약사가 귀감을 받아 약 개발에 전력

위고비 신드롬의 도래

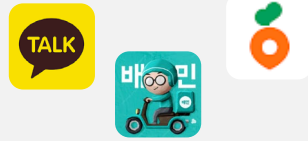
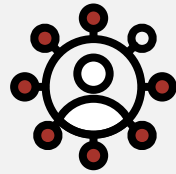


소비 N극화 현상에 따른 핀스킨 마케팅 주목

- 개인의 취향 및 개성의 다변화와 사회 양극화 심화로 시장의 평균이 의미를 잃어가며 기존과 다른 마케팅 필요성 대두
- 자신의 취향과 관심사를 적극 공유하는 MZ세대를 공략한 핀스킨 마케팅 부상

| 소비 N극화 심화, 평균실종 시대 |

평균이 실종된 이유



양극화	N극화	단극화
자산, 교육, 노동, 인간관계 등 사회 전반에서 양극화 가속화	개인의 취향과 라이프스타일을 만족시켜주는 소비현상	세력의 중심이 절대 우위에 있는 한곳에 집중되는 현상

기업이 평균실종을 대처하는 방법



고객의 취향과 니즈를 더욱 세분화하여 목표 타겟의 소구점을 공략한 맞춤형 광고 운영 필요

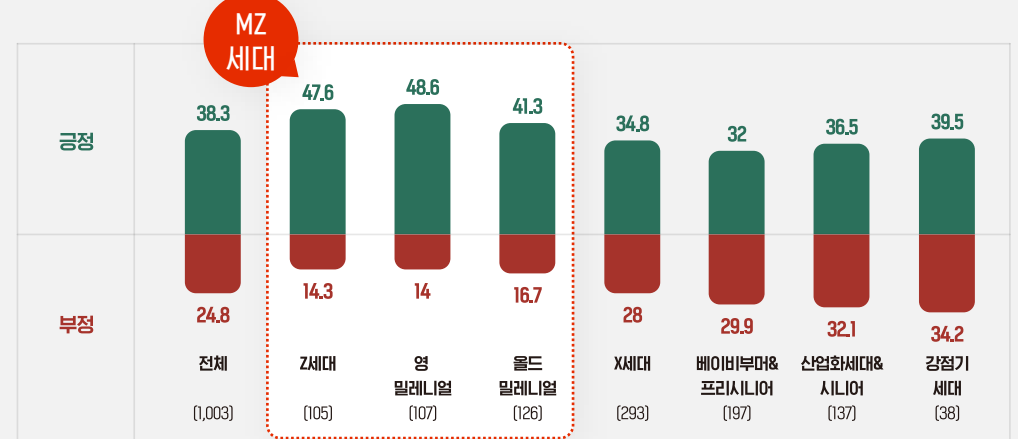
| 소비자 취향저격 핀스킨 마케팅 |

핀스킨 마케팅이란?

‘핀셋 마케팅’과 ‘스킨십 마케팅’의 합성어로 세분화된 고객 취향에 맞춰 부드러운 스킨십을 하듯 친근하게 다가가는 마케팅

취향 기반의 MZ세대 소비 트렌드

“취향/경험을 위해서 다소 비싸거나 사치스러운 것이라도 소비할 의향이 있다”

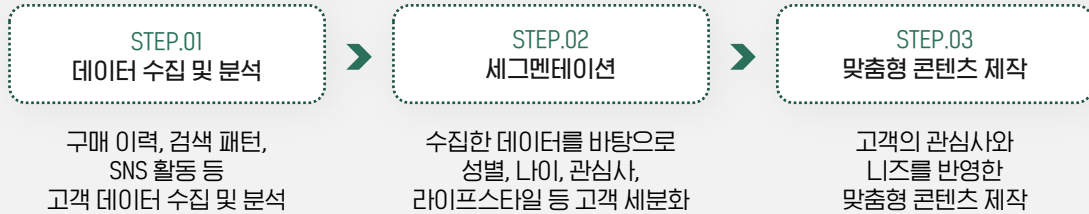


소비자와의 관계를 단단히 만드는 핀스킨 마케팅

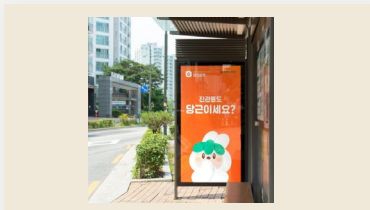
- 각 업계 핵심 타겟을 집중 공략해 브랜드에 대한 관심과 신뢰를 구축하는 핀스킨 마케팅 강화
- 고객 경험을 극대화하기 위한 차별화된 개인 맞춤형 광고 운영 전략이 더욱 중요해질 전망

| 브랜드와 소비자의 간극을 좁히다 |

핀스킨 마케팅 진행 과정



핀스킨 마케팅 사례



당근 '00동도 당근이세요?'

실제 광고가 실리는 지역의 이름을 활용한 맞춤형 광고로 지역 생활 커뮤니티라는 아이덴티티 강화



퍼시스 '리얼미엠티오피스'

MZ직장인을 위한 팝업스토어로 핵심 타겟인 25~35세의 생각과 가치를 연구하기 위해 운영



닥터페퍼 '가수 CL 모델 발탁'

닥터페퍼 매니아 CL을 모델로 기용하여 팬들과의 친밀한 교류를 통해 브랜드 충성도 증대

| 소비자를 사로잡는 핀스킨 마케팅의 힘 |

핀스킨 마케팅 방법 및 기대 효과

<p>제품 특성을 고려한 타겟층 선별</p> <p>불특정 다수가 아닌, 특정 타겟층을 집중 공략하여 고객의 관심을 이끌고 긍정적인 경험 제공</p>	<p>다양한 온/오프라인 이벤트 진행</p> <p>고객에게 브랜드의 제품과 서비스를 직접 체험할 수 있는 생생한 경험을 제공하여 긍정적인 관계 형성</p>
<p>오감을 자극하여 강력한 인상 각인</p> <p>제품의 질감, 색상, 냄새 등을 활용하여 감각적인 체험을 디자인하고, 고객의 관심을 이끌어 브랜드 연관성 제고</p>	<p>고객 피드백 수용 및 개선</p> <p>고객의 피드백을 실시간으로 파악하여 제품/서비스 및 마케팅 전략 개선 가능</p>

성공적인 핀스킨 마케팅을 위한 고려사항

고객의 프라이버시 존중

충분한 데이터 분석 및 인사이트를 통한 명확한 타겟 설정

시장 환경, 경쟁사 동향 파악 및 유연한 대처 능력

실시간으로 변화하는 가격, 다이내믹 프라이싱

- 급변하는 비즈니스 환경에서 수요에 맞춰 가격을 유동적으로 변경하는 다이내믹 프라이싱 전략 부상
- 제한적으로 사용되었던 과거와 달리 IT 기술 발전으로 다양한 산업에서 적용 범위 확대

I 떠오르는 '정가 대신 시가' 전략 I

다이내믹 프라이싱이란?

제품·서비스 가격을 일률적으로 정하지 않고
시장 상황이나 수요에 따라 유동적으로 가격을 바꾸는 전략

다이내믹 프라이싱 적용 방법

일시적 가격 인상 정책



'서지 프라이싱'이라고도 불리며
수요가 많은 특정 시간대
요금을 대폭 인상하는 정책



수요 기반 가격 정책

테마파크에서 성수기와
비수기 요금 차등 적용과 같이
전통적 수요를 기준으로 가격을 책정

가치 기반 가격 정책



한정판 상품과 같이
제품 및 서비스의
가치를 기준으로 가격을 책정



시간 기반 가격 정책

블랙 프라이데이 세일 등과 같이
특정 시기에 한정하여
가격을 차등 적용하는 방식

가격이 상황에 따라 유동적으로 변화하며,
수요·공급, 시간, 고객 세분화 등의 요인에 민감하게 반응

I 다이내믹 프라이싱의 확산 I

다이내믹 프라이싱 단계

	과거	초기	최근
가격결정 주체	공급자	공급자, SW알고리즘	SW알고리즘, 인공지능
기반 데이터	과거 수요 통계, 경쟁사 정보 (사업 감각에 의존)	공급 사이드 빅 데이터 실시간 데이터	공급 및 수요 빅데이터 실시간 데이터 다양한 개인 데이터
가격결정 방법	전체 고객을 직접 세분화해 2~5가지 구간으로 가격 차별화	전체 고객을 수십가지 집단으로 세분화해 가격 차별화	개별 고객의 특성 및 상황에 따라 실시간으로 개인 맞춤형 가격 도출



제한적으로 적용되었던 다이내믹 프라이싱이 IT 기술의 발달로
온·오프라인의 O2O를 포함한 다양한 디지털화된 산업으로 범위 확대

유연한 가격 전략이 불러올 밝은 미래

- 소비자의 혜택과 판매자의 이익을 증대하는 다이내믹 프라이싱 도입 기업 증가
- 소비자의 인식 개선 및 기술 발달을 바탕으로 더 개인화 되고 공정한 방향으로 발전될 전망

| 다양한 범위로 확장하는 다이내믹 프라이싱 |

다이내믹 프라이싱 사례

<p>유통업 '쿠팡'</p>	<p>식품업 '우리동네GS25-마감할인'</p>	<p>보험업 '건강증진형 건강보험'</p>
<p>경쟁사가 같은 상품을 더 저렴하게 판매한다는 사실을 감지하면 자동으로 판매가를 낮추는 시스템</p>	<p>소비가한이 임박한 제품을 저렴한 가격에 판매하여 소비자 혜택 제공 및 재고를 줄이는 데 활용</p>	<p>데이터 기반 리스크 측정을 통해 가입자별 맞춤 가격 제시하며 건강 노력 정도에 따라 할인을 변동</p>

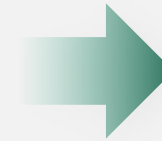
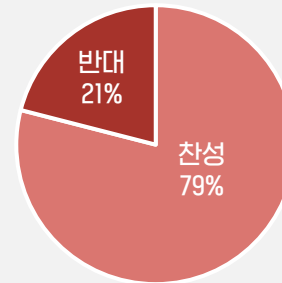
다이내믹 프라이싱 장점

<p>매출·이윤 상승 시장 상황에 유연하게 대응하여 수익 극대화</p>	<p>고객 충성도 증가 소비자에게 합리적인 가격에서 높은 가치 제공</p>	<p>재고 관리 효율성 향상 불필요한 재고를 줄이고 재고 관리 비용 절감</p>
--	--	---

| 다이내믹 프라이싱 전망 |

다이내믹 프라이싱 도입 찬반대

기준연도 : 2023년



다이내믹 프라이싱 현황

- 다양한 혜택에 대해 인지해 소비자의 긍정적 인식 증가
- 기술의 발달로 유연한 가격 책정과 소비자 맞춤 가격 제시 활발
- 수익성과 경쟁력 강화를 위해 다이내믹 프라이싱 도입 기업 증가

다이내믹 프라이싱 한계점과 해결방안

<p>- 잦은 가격 변동으로 고객 혼란 야기</p> <p>+ 가격 변동 범위를 설정해 지나친 가격 변동 방지</p>	<p>운영 비용 증가 및 과한 데이터 의존성</p> <p>시스템 관련 예비 가격 책정 및 기술적 백업 체계 구축</p>	<p>가격 경쟁 격화로 시장 역효과</p> <p>특정 제품 서비스에는 고정된 가격을 설정해 시장 내 가격 안정성 유지</p>
--	--	---

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 오늘의집 스타일링샷 광고 런칭
- 네이버플러스 스토어 오픈
- 카카오내비 '요즘뜨는' 오픈

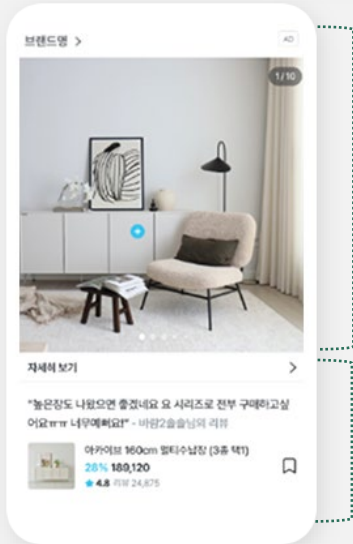
오늘의집 스타일링샷 광고 런칭

- 유저가 직접 업로드한 고감도 스타일링샷 콘텐츠를 활용한 오늘의집에서만 제공되는 독창적인 광고 상품
- 유저 최적화된 형태와 로직으로 광고를 노출하여 클릭과 전환을 극대화

| 스타일링샷 광고 |

구매 전환에 기여도가 높은 실사용자의 고감도 사진 콘텐츠를 유저의 접근성이 높은 홈메인 지면을 포함한 핵심 지면에서 주목도 있게 노출

스타일링샷 노출 형태

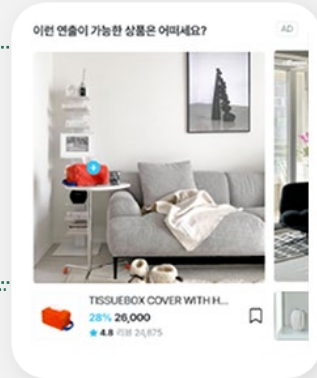


피드 형태

스타일링샷 이미지



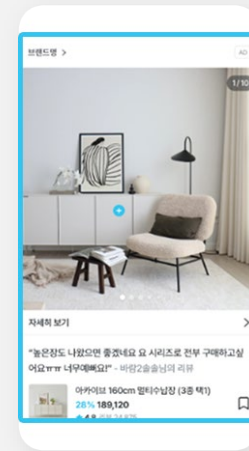
상품 정보



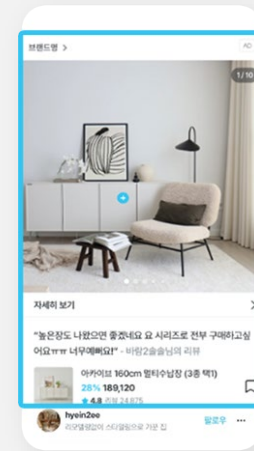
카루셀 형태

| 스타일링샷 광고 상세 소개 |

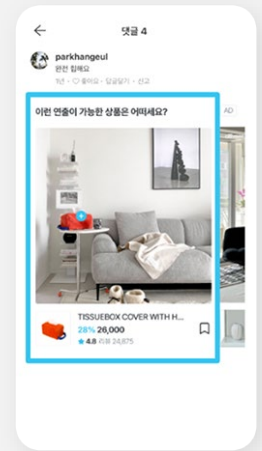
대표 노출 지면



홈 메인



홈 발견 피드



콘텐츠 상세페이지
댓글 하단

홈메인 지면의 경우 오늘의집 APP 실행 시 가장 처음에 노출되는 화면으로 트래픽 및 주목도 최우수 지면이며, 브랜드 인지도 제고, 스크랩 유도를 통한 잠재고객 확보 용이

네이버플러스 스토어 오픈

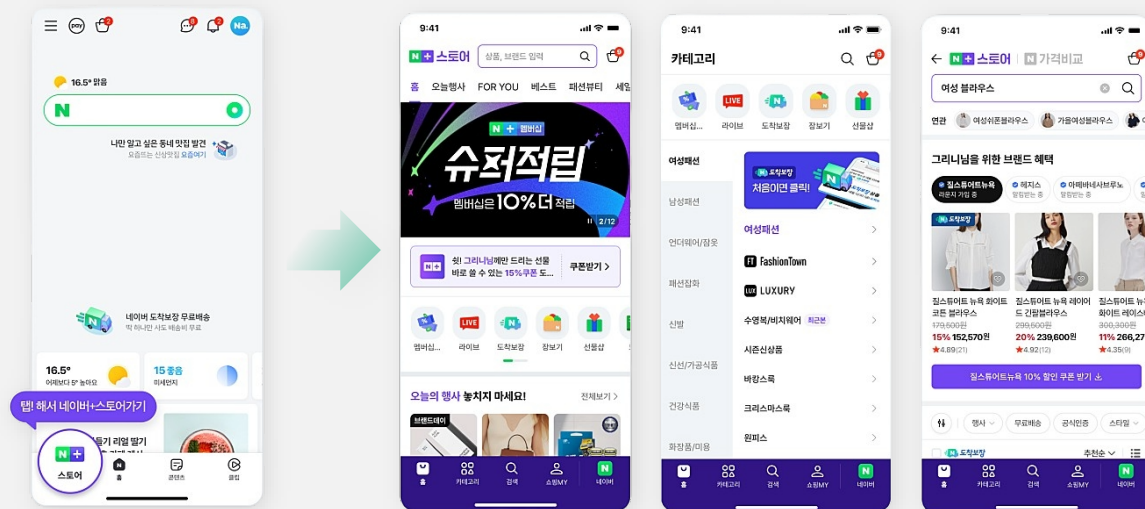
- 네이버 쇼핑에서 네이버 플러스 스토어로 개편, AI 기술을 기반으로 한 맞춤형 쇼핑 추천 기능 고도화
- 소비자에게는 쇼핑 경험을 할 수 있는 독립적인 공간 제공, 판매자는 새로운 비즈니스 기회 창출

| 네이버플러스 |

선호할만한 ‘상품’ 추천이 중심이었던 기존의 AI 추천 서비스에서
이용자별 맞춤 혜택과 트렌드 정보까지 개인화된 결과로 추천 및 전시 확대

| 맞춤형 상세정보 |

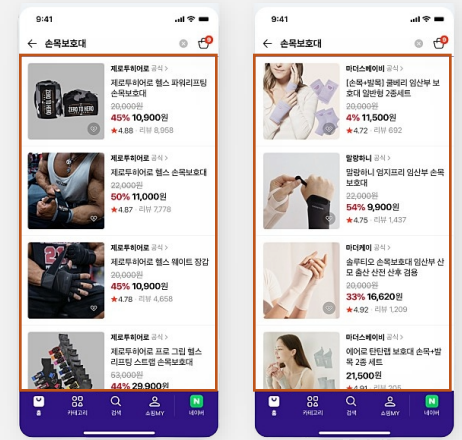
네이버의 자체 개인화 상품 추천 기술인 ‘에이아이템즈(AITEMS)’의
알고리즘을 고도화해 초개인화된 추천 경험을 제공



홈 카테고리 검색

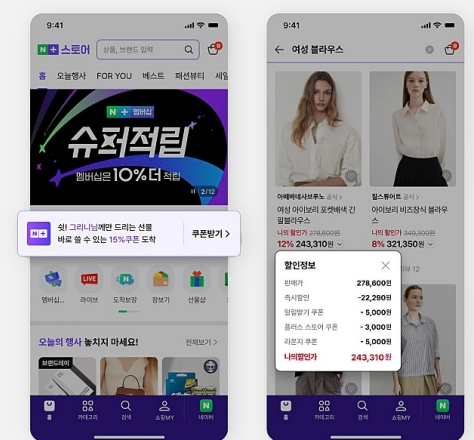
검색 결과

헬스용품+남성 유저 | 아기/출산 용품+여성의 유저



같은 상품명이라도 나의 관심도가 반영된
개인화된 검색 결과 제공

나의 할인가



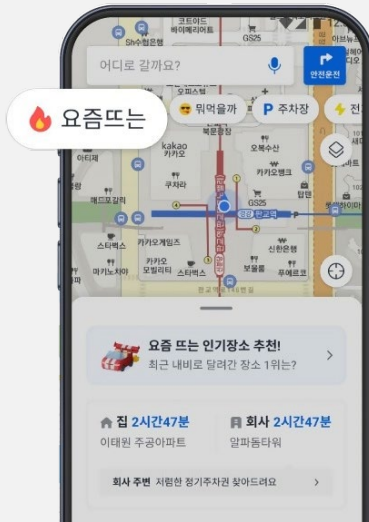
받을 수 있는 혜택을 자동 적용하여 개인별로
최적화된 '나의 할인가'를 한 눈에 확인 가능

카카오내비 '요즘뜨는' 오픈

- 카카오내비 주행 빅데이터를 활용해 이용자 선호 기반의 실시간 핫플레이스를 안내하는 서비스
- 전국 단위의 문화·예술 공간, 여행지, 축제 등을 추천해 이용자들에게 즐거운 이동 경험 제공

| 요즘뜨는 서비스 |

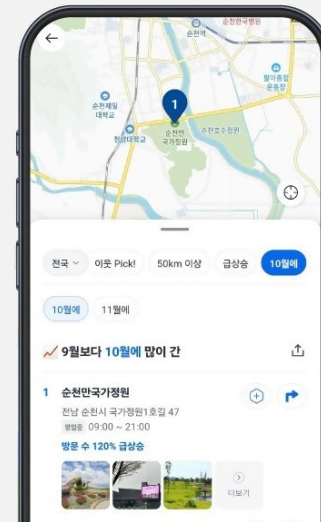
전국 단위 장소 랭킹을 매겨 추천하는 서비스로
카카오내비 홈 화면 상단에 위치하여 높은 주목도 확보 가능



내년 상반기 중 이용자들 간 유사도를 측정해 가볼 만한 장소를 추천하는
인공지능 기술 기반의 개인화 추천 기능 도입 예정

| 서비스 카테고리 |

인기 순위가 높은 장소를 4가지 카테고리로 확인 가능



이웃 PICK

등록한 집 주소 기반 같은
지역 이용자들이
선택한 인기장소

50km 이상

최근 4주 주말
이용자들이 50km 이상을
이동해 방문한 목적지

급상승

최근 7일간 방문자 수가
급증한 장소

N월에

지난해 전월 대비
이달 방문자 수가 급상승한
시즌별 인기 장소

■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 익스파트너스 키오스크
- GS미디어믹스
- LG전자멤버십

엑스파트너스 키오스크

- 프리미엄 골프연습장 키오스크 광고 매체
- 키오스크에 타석 지정부터 결제 과정까지 전체 흐름에 광고가 노출되어 높은 주목도 보장

| 엑스파트너스 키오스크 |



일 평균 사용 횟수
1.5만+

연령대
3060 유저 70%

| 주요 광고 상품 |

엑스파트너스 키오스크



높은 주목도

키오스크 1st Screen 영역에서 노출되며 단시간 높은 주목도와 집중도 확보 가능



고소득 타겟

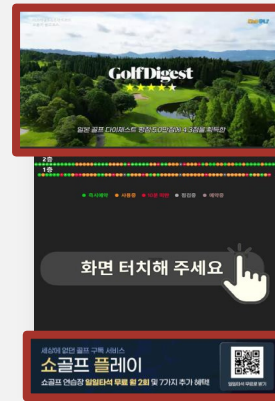
프리미엄 골프연습장에 입점해 있어 구매력 있고 액티비티에 관심이 높은 사용자 타겟 가능



넓은 미디어 커버리지

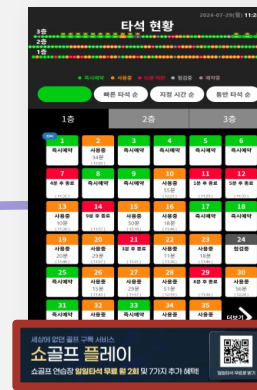
수도권 및 전국 프리미엄 골프연습장에 입점해 있으며 지속적으로 매장 확장 진행 중

키오스크 첫 화면

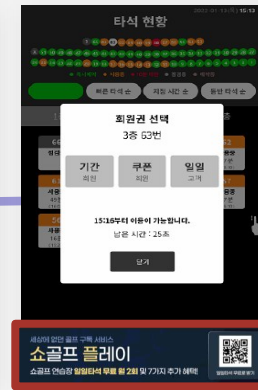


동영상+이미지 배너 노출

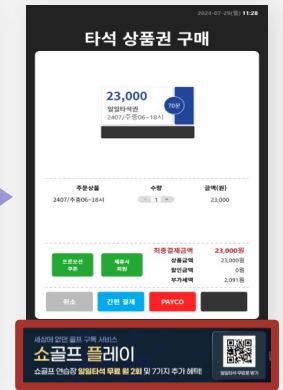
연습장 타석 선택



회원 인증



이용권 선택/결제 완료



하단 배너 고정 노출

GS미디어밀

- 전국 약 60만 세대 입주민 타겟 아파트 엘리베이터 공간 점유형 미디어
- 전국 커버리지의 생활 밀착형 광고 매체로 높은 주목도 보유 및 지속적인 노출 가능

| GS미디어밀 |

02 MEDIVMEEL

매체 수
1.7만 +

세대 수
전국 약 60만 +



지역 세분화 타겟팅 가능

전국적으로 약 1.7만 대 매체를 보유하고 있으며, 시·군·구 동별, 특성화 지역별 등 지역 세분화 타겟팅 광고 가능



입주민 대상 프로모션/이벤트 용이

전국 약 60만 세대 입주민이 시청하는 미디어로, 아파트 엘리베이터 이용 입주민 대상 프로모션/이벤트 용이



우수한 성과

입점 브랜드 8,300개, 모바일 주문 비중 95%로 온라인 쇼핑 플랫폼 평가 지표에서 우수한 성과 기록

| 주요 광고 상품 |

아파트 엘리베이터



가시성 및 주목도가 높은 공간 점유형 미디어

전자게시대



동영상 광고 및 다양한 콘텐츠 제공

LG전자멤버십

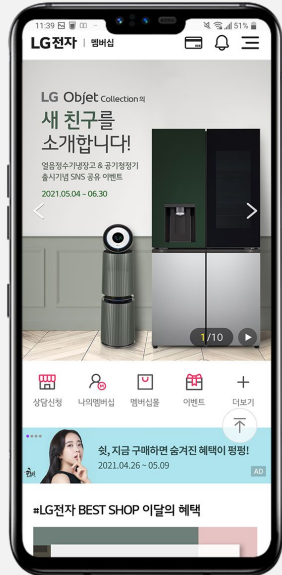
- 전국 LG전자 베스트샵 구매 회원 전용 멤버십 서비스
- 구매력 높은 실구매 유저 대상의 폭넓은 광고 집행 가능

| LG전자멤버십 |



연령별
3050 유저 76%

MAU(월 사용자 수)
340만 +



PUSH 타겟팅 가능

성별, 연령 등 데모 타겟팅부터 관심사 타겟팅, 고소득 타겟팅까지 다양한 타겟팅 옵션 설정 가능



높은 주목도

DA Total 패키지 상품의 경우
주목도 높은 지면에 브랜드 광고 노출 가능

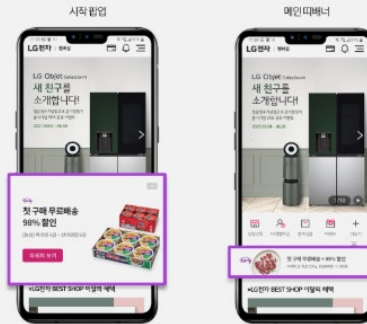


이벤트 등 참여도가 높은 유저 다수

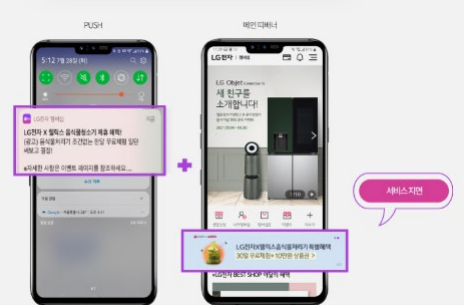
앱 내 다양한 이벤트에 익숙하며
적극 참여하는 유저가 많아 캠페인 참여도 상승 기대

| 주요 광고 상품 |

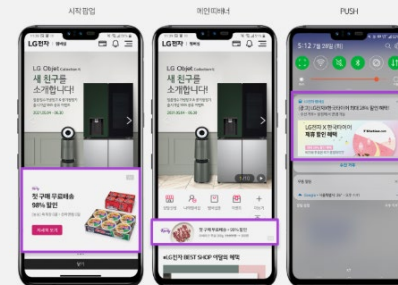
메인 DA



PUSH 상품



TOTAL 패키지



1day 라이브 방송



■ PROMOTION

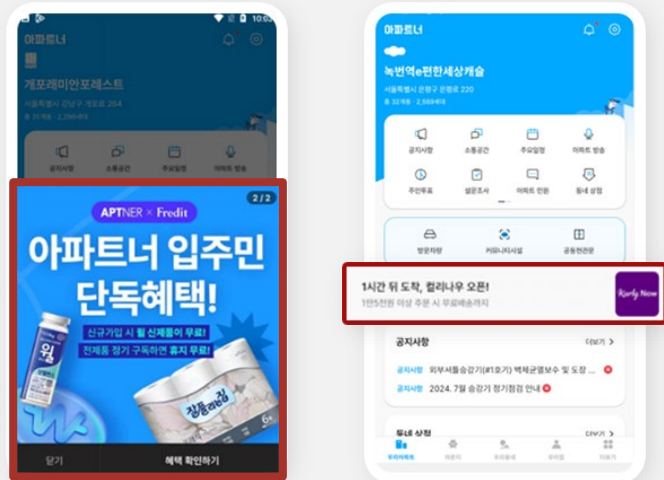
이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 아파트너 12월 아파카세 프로모션
- 왓차피디아 신규 상품 런칭 기념 프로모션
- 관다 12월 프로모션

APTNER 아파트너 12월 아파카세 프로모션

- 3,000단지, 250만 세대의 실거주 인증을 거친 입주민을 대상으로 광고를 집행할 수 있는 매체
- 소정의 집행 금액 이상 충족 시 할인 및 추가 혜택 제공

아파트너 광고상품



팝업 광고

배너 광고

유형	구분	내용
12월 아파카세 프로모션	혜택	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 팝업 + 배너 1일 100만 원 ① 최저 집행 금액 300만 원 이상 시 해당 ② 500만 원 이상 집행 시 스플래시 + 1일 * VAT 별도
기간	~ 24년 12월 31일	

* 광고상품 일부

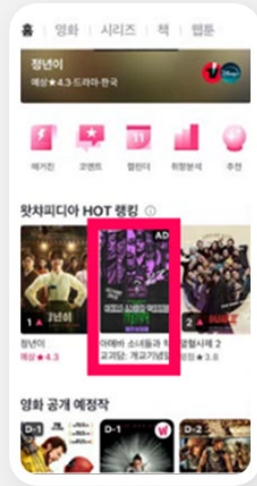
WATCHA PEDIA **왓차피디아 신규 상품 런칭 기념 프로모션**

- 7억 개 이상의 콘텐츠 평가 데이터를 통해 유저들의 취향 및 관심사를 정확하게 분석해 광고를 노출할 수 있는 매체
- 신규 광고상품 출시 기념 할인

왓차피디아 광고상품



롤링 배너



랭킹 HOT 배너

* 광고상품 일부

유형	구분	내용
신규 광고상품 출시 기념 프로모션	신규 광고상품	① 롤링 배너 ② 랭킹 HOT 배너
	혜택	① 신규 상품 2종 집행 시 700 → 200만 원 집행 가능 ② 단건 집행 시 정가 대비 50% 할인 * 랭킹 HOT 배너는 콘텐츠/영화 관련 업종만 집행 가능
기간	~ 24년 12월 31일	

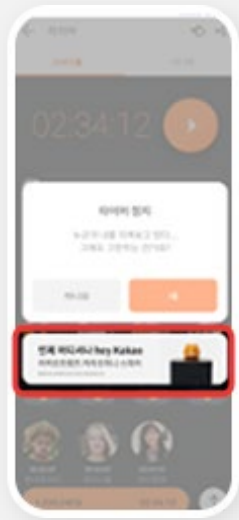
QANDA **관다 12월 프로모션**

- 10대가 가장 많이 사용하는 공부 APP으로 10대 타겟 광고에 효과적인 매체
- 기간 내 집행되는 캠페인 대상 노출 서비스 제공 및 단가 할인

관다 광고상품



홈 히어로 배너



타이머 화면

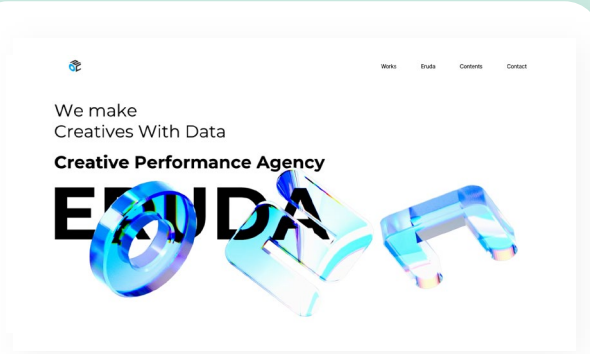


문제검색
(띠배너)

* 광고상품 일부

유형	구분	내용
12월 프로모션	혜택	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 12월 내 집행 캠페인 대상 <ul style="list-style-type: none"> ① 문제검색(이미지/동영상) 30% 서비스율 제공 ② 12월 특별 패키지 상품 CPM 단가 60% 할인
	12월 특별 패키지	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 앱 주요 영역에 노출되는 상품을 패키지로 제공 <ul style="list-style-type: none"> ① 홈 히어로 배너 ② 타이머 화면 ③ 문제검색(띠배너)
기간	~ 24년 12월 31일	

하반기 주요 소식



이루다마케팅 공식 홈페이지 리뉴얼

이루다마케팅은 'Creative Performance Agency'라는 새로운 비전에 맞춰 자사 공식 홈페이지를 전면 리뉴얼했습니다.

방문 고객이 원하는 서비스를 손쉽게 경험할 수 있도록 고객 경험 강화에 집중하여 편의성을 높이고, 자사 정체성을 직관적인 디자인으로 녹여내 트렌디함을 강조했습니다.

[바로가기](#)



이루다마케팅, 숏폼 제작 마케팅 서비스 '짧콘랩' 런칭

숏폼 제작에 어려움을 겪는 기업들이 높은 효율의 숏폼 마케팅을 진행할 수 있는 숏폼 제작 마케팅 서비스 '짧콘랩'을 런칭했습니다.

짧콘랩은 '짧은 콘텐츠 연구소'라는 뜻으로 숏폼 전문가가 엄선된 크리에이터 풀에서 최적의 브랜드 맞춤 콘텐츠를 제작하는 서비스로 이루어다마케팅은 짧콘랩을 통해 기업의 성공적인 숏폼 마케팅을 지원할 예정입니다.

[바로가기](#)



제2회 이루다 공유 스페이스 개최

이루다마케팅 구성원이 한자리에 모여 인사이트와 노하우를 공유하는 네트워킹 행사를 개최하였습니다.

제2회 이공스에서는 패션의 한 축으로 자리 잡은 애슬레저 시장의 선두를 지키고 있는 켄시믹스가 업계 1위 자리에 오를 수 있었던 마케팅 비밀에 대해 알아보는 시간이었습니다.





2024.12

MARKETING CALENDAR

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1	2	3 소비자의날	4	5 자원봉사자의날 무역의날	6 2025년 수능 성적 발표일	7 대설
8	9	10 AI SUMMIT SEOUL 2024	11	12	13	14 허그데이
15	16	17	18	19	20	21 동지
22	23	24	25 성탄절	26	27 원자력의날	28
29	30	31				

이달의
HOT 키워드

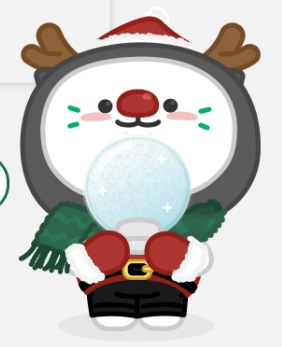
마케팅 #크리스마스 마케팅 #체험 마케팅

행사 #방어 축제 #해맞이 축제 #눈꽃 축제

패션 #케이프 #애니멀 프린트 #모피 코트

밈 #퀸 네버 크라이 #너내가 선생이야 누나야 #웨잇 챌린지

이달의 유행템 #어드벤처 캘린더



DEC
2024



T R E N D
M E D I A
R E P O R T

문의하기

adure

E . O . D